

І. Л. Михайлин

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Гіпотеза про текст і мовлення в журналістиці

Михайлин І. Л. Гіпотеза про текст і мовлення в журналістиці. Текст, будучи скриванілим мовленням, має дві головні характеристики: відірваність від автора та інтерпретаційність. Інтерпретаційність як множина розуміння тексту перешкоджає створенню в журналістиці адекватної картини світу. Журналістика як текстовий спосіб пізнання сучасного соціального довкілля через інтерпретаційну механіку перетворюється на маніпулятивні технології. Можливість журналістики подавати споживачам правду пов'язана з її поверненням до діалогічного способу поширення інформації. Правда постає як комунікативна категорія.

Ключові слова: *журналістика, текст, комунікація, мовлення, діалог.*

Михайлин И. Л. Гипотеза о тексте и речи в журналистике. Текст, будучи затвердевшей речью, имеет две главные характеристики: оторванность от автора и интерпретируемость. Интерпретируемость как множество пониманий текста препятствует созданию в журналистике адекватной картины мира. Журналистика как текстовый способ познания современности через интерпретационную механику превращается в манипулятивные технологии. Возможность журналистики представлять потребителям правду связана с возвратом к диалогическим способам распространения информации. Правда предстает как коммуникативная категория.

Ключевые слова: *журналистика, текст, коммуникация, речь, диалог.*

Mykhailyn I. L. Hypothesis about the text and speech in journalism. The text, being the hardened speech, has two main characteristics: isolation from the author and interpretationability. Interpretationability as the set of text understanding interferes with creation of an adequate picture of the world in journalism. Journalism as a text way of knowledge of the present through the interpretative mechanics turns into manipulation technologies. Journalism possibility to represent truth to consumers is connected with return to dialogical ways of information distribution. Truth appears as a communicative category.

Keywords: *journalism, the text, communications, speech, dialogue.*

© Михайлин І. Л., 2012

Чи траплялося вам, шановний читачу, вчитати з якоїсь книжки те, що автор у ній не писав? Книжка читається творчо, отожд і впливає креативно. Розум починає сам аналізувати описану в книжці ситуацію чи проблему і на своїй хвилі розглядати її.

Так сталося й зі мною під час читання книжки американського дослідника Джона Дарема Пітерса «Слова на вітрі: історія ідеї комунікації» (1999; укр. пер. 2004) [4], коли я «зловив» себе на цікавих думках. Але запитавши себе, чи я вичитав ці думки з його книжки, я повернувся назад, переглянув кілька сторінок і не знайшов у автора цих думок. Проте цілком однозначно, що вони впливають із прочитаного й народилися в моїй свідомості саме зараз, під впливом читання Д. Д. Пітерса.

Які це думки? Чи, краще сказати, яка це думка?

Це думка про іманентну *інтерпретаційну* властивість тексту, інтерпретаційну потребу тексту, інтерпретаційну чреватість тексту. Міжособистісна комунікація, як це не дивно, аінтерпретаційна; у тому буквальному сенсі, що не передбачає й не потребує інтерпретації. Звичайно, якщо в неї одним із учасників сві-

домо не закладено певний підтекст. Підтекст потребує дешифрування, витягнення змістів із підтексту в текст, оприяднення *під-* у тексті. Якщо ж між співбесідниками йде звичайний діалог, то його учасники повинні адекватно розуміти один одного завдяки численним екстралінгвістичним чинникам: міміці, інтонації, жестам, виразу очей, – а також наявній щомиті можливості співрозмовника перепитати, уточнити незрозуміле, домогтися повторення, пояснення в новій, зрозумілій формі.

Інша справа письмовий текст. Він відразу набуває *двох нових властивостей*, ніж за умов усної комунікації.

Перша властивість полягає в тому, що текст є мовленням, відірваним від мовця. А будучи відірваним від мовця мовленням, він відразу втрачає живий зв'язок з джерелом походження. Він позбавляється жестів, міміки, інтонації, можливості додаткових роз'яснень, доповнень, які забезпечують адекватне сприйняття повідомлення співрозмовником. Текст уже не може сам нічого пояснити в собі, нічого прокоментувати, додати, роз'яснити неясності, виправити неточності. Текст – це скінчене, скриваніле мовлення.

Друга властивість полягає в тому, що, на відміну від міжособистісної усної комунікації, яка має двох учасників: мовця і слухача, що чергуються в своїх ролях, – у тексті невизначено розширюється аудиторія. Кількість адресатів у тексті, якщо тільки це не приватний лист у старанно запечатаному конверті, розширюється до невизначеної кількості. Цій кількості читачів автор уже не може ніяким чином допомогти адекватно сприйняти свій текст, зрозуміти його у відповідності з його інтенціями, змістовими намірами. Текст починає жити своїм самостійним життям. Ця самостійність виявляється в тому, що кожен читач може розуміти його по-своєму. Кожен читач у процесі читання здійснює його інтерпретацію у відповідності зі своїм світоглядом, рівнем освіченості, життєвим досвідом, моральним вихованням й іншими причинами та обставинами, які зумовлюють процес сприйняття ним тексту, включно з такими індивідуальними, навіть інтимними, як-от: чи він ситий чи голодний, чи в його місті світить сонце чи йде дощ, чи в його приміщенні зимно чи спекотно і т.д. без кінця.

На цій підставі Сократ і остерігався відірвати письмо від мовлення, він боявся перетворення мовлення на текст, передбачаючи, що перетворене на текст мовлення втратить свою однозначність, адекватність розуміння, засадничо потребуватиме інтерпретації. А інтерпретація завжди, за визначенням, множинна, вона не може бути одна єдина, бо кількість її учасників збоку читачів – це невизначена множина. Від Сократа, як відомо, не залишилося жодного написаного ним тексту, хоча ні в кого не викликає сумніву, що це величезна фігура в історії світової філософії. Проте усе, що ми знаємо про сократівську філософську концепцію, нам відомо від його учнів. Найвизначнішим із них був Платон; його улюблений жанр – філософський діалог, неодмінним учасником якого є Сократ. У такий спосіб учень увічнив учення вчителя. Отже, Сократ не визнавав тексту, бо на підставі його (тексту) неможливо достовірно донести висловлену мовцем думку.

Далі виникає ще один парадокс: авторське розуміння тексту перетворюється щодо самого тексту на одну з численних можливих рівноправних інтерпретацій. Для читача (зрозуміло, що вживання цього слова в однині – це метонімія; насправді йдеться про величезну читачську аудиторію) значення, закладені в текст автором, анітрохи не важливіші, ніж ті, які він сам сформулював для себе у процесі його читання. Вони можуть у чомусь співпадати, а можуть різнитися в дрібницях, мати істотні відмінності або й бути цілком протилежними.

Виникає конфлікт інтерпретацій – звичайна річ в екзистенції тексту.

Текст вирвався з ув'язнення авторської репрезентації й кинувся в самостійне життя; історія цього життя – то безкінечна історія різноманітних його інтерпретацій. Лише тоталітарна епоха, придушуючи альтернативні до панівної точки зору, забезпечує певну однаковість і вичерпаність витлумачень тексту. Але не надовго. Ніщо не може тривати довго, якщо чиниться силоміць, всупереч природному розвитку, природному потягові до свободи й розмаїття. У ліберальному демократичному суспільстві, де репрезентовані різноманітні світоглядні концепції, інтерпретація тексту потрапляє завжди в конфлікт з іншою інтерпретацією. Боротьба інтерпретацій може завершитися перемогою найбільш обґрунтованої точки зору, а може й залишитися в межах плюралізму, множинності. І це нікого не бентежить, оскільки демократична концепція суспільного розвитку передбачає внутрішнє розмаїття, в тому числі – і в інтерпретаціях текстів.

Не знаю, чи хтось вивчав історію тексту як засобу комунікації. Але мені здається, що текст у своєму розвитку пройшов три шаблі. Можливо, трохи інакше: кожний народ проходить три шаблі текстотворення. Перший шабель – сакральний, у цей час записуються тексти, пов'язані зі стародавніми віруваннями. У нас вони співпали з прийняттям християнства, а відтак були переважно перекладними. Цей етап відноситься до дуже давнього періоду історії існування людської культури, який мав таке віддалене відношення до журналістики, що нам його можна проігнорувати.

Другий етап – літературний. Літературний текст панував тривалий час, хоча у вимірі хронологічному навряд чи літературний період був коротший, ніж сакральний. Літературний текст як такий, що створює фіктивний художній світ, містить у собі особливе багатство для інтерпретації. Розвиток літературного процесу приводить до появи літературної критики – професійної діяльності в справі інтерпретації художніх творів. Адже головна функція критика – витлумачення (інтерпретація) відтвореної в текстах дійсності. Ця друга дійсність у реалістичних естетичних системах може бути відображеною дійсністю, але в інших випадках – бути й цілком вигаданою, навіть фантастичною. Вимога пізнання світу здійснюється в літературі не стільки через умову його адекватного відображення, скільки через умову його пояснення в площині авторського (естетичного, політичного, морального) світогляду.

Третій етап існування тексту – інформаційний або журналістський. Журналістика, яка раніше була частиною літератури, поступово

звільнилася від залежності від неї, набула самостійного статусу, а потім поглинула літературу. У сучасному інформаційному суспільстві самостійний статус художньої літератури далеко не безспірна річ. Зате журналістика, ставши масовою комунікацією, узурпувала духовне життя, літературу перетворила на сценарне мистецтво, заготовки для кінофільмів і телесеріалів.

Сьогодні дедалі впевненіше журналістика повертає людство в добу міжособистісного спілкування, звичайно, на новому технологічному рівні. Передбачив цей процес ще Г. М. Маклюен, висловивши ідею «Всесвітнього селища», до якого прямує світ. Сьогодні журналістика справджує його прогнози, за допомогою всесвітньої мережі остаточно стає інформаційним середовищем для діалогу між собою різноманітних мовців. Головною функцією (місією) журналістики стає вже не виготовлення (збирання, обробка й поширення) інформації, а створення комунікативного середовища, де ця інформація просто побутує, здійснює свою вільну екзистенцію, буття, а сама журналістика все впевненіше набуває статусу вже не засобів масової інформації, а органів масового розуміння й порозуміння.

Здавалося б, усе це абстрактні речі, які не мають відношення до безпосереднього виготовлення інформації, до існування журналістики. До того часу, поки ми не ставимо головне для журналістики питання: чи існує реальний світ, чи світ – це лише сукупність інтерпретацій? Далі гірше... Якщо світ – це лише інтерпретації, то світ не має смислу. Він не має смислу іманентного, він не має смислу сам по собі. Якщо світ – це лише інтерпретації, то й наділення його смислами, значеннями – це лише наша інтерпретація.

Очевидно, слід прийти до висновку, що людський розум природним чином опирається ідеї абсурдності світу. Людський розум, повсякчас пізнаючи світ, переконується в його розумності, доцільності складників, бездоганності задуму Творця, якому й належить честь наділення світу значеннями. Хто це сказав: «Чим більше я пізнаю світ, тим більше переконуюся в існуванні Бога»? Альберт Ейнштейн?

Ідею абсурдності світу вигадала людина, перенісши на світ свої власні проблеми. Це людина абсурдна, нелогічна, недосконала. І от вона свої вади – абсурдність, алогічність, недосконалість – перенесла на природу, на світ. Ідея людського відчуження від власної природи пройшла свій пік у такому явищі, як антироман, драма абсурду. Ежен Іонеско, Самюель Беккет довели до крайнощів ідею втрати людиною логіки свого існування через брак взаємного розуміння, девальвацію комунікативних здібностей.

Але людство пішло далі. З того, що я знаю про сучасну англо-американську літературу, можна зробити висновок, що в ній існує два головні напрямки. Перший, це література неприхованої вигадки, яка й не прагне скидатися на дійсність. Це цикл романів про Гаррі Поттера Джоан Роулінг, і такий же цикл «Сутінки» Стефані Майєр і т. д. Другий напрямок, це, навпаки, література «нон фікшн», яка не прагне скидатися на вигадку, це документальна проза, як-от: «Дев'ятнадцять хвилин» Джоді Піколт, біографічна проза, автобіографічні романи, щоденники, подорожні замітки й нариси.

Авторська участь у документальній літературі полягає в композиційній організації матеріалу, в домислюванні певних епізодів (переважно психологічних). Цей другий напрямок виріс із журналістики і росте в неї. Це особливо гарно видно з книжки Тома Вулфа «Новий журналізм і Антологія нового журналізму» [2], яка вийшла в США в 1973 році, а в нашому просторі стала доступна через російський переклад лише у 2008 році. Особливо антологія, до складу якої увійшли твори 1960-х і початку 1970-х років, засвідчила зрощення літератури й журналістики, використання журналістами для написання своїх творів літературних прийомів.

За визначенням Т. Вулфа, новий журналізм передбачає чотири особливі прийоми: 1) використання для побудови журналістського матеріалу послідовного сюжету, який рухає читача від сцени до сцени і тримає його увагу в постійній напрузі; 2) широке використання діалогів (автора і героя, героїв між собою), що надає зображенню особливої рельєфності і зближає з новелою чи романом; 3) використання прийому «точка зору», яка час від часу змінюється, і полягає в тому, що автор то веде повіствування від себе, то ототожнює себе з кимось зі своїх героїв; 4) деталізація статусу людини, використання в її портреті таких описів, які дають відчуття характеру цієї людини, передача навіть думок, використання прийому внутрішнього монологу.

Експерименти з новим журналізмом привели в США до появи книжкової журналістики, яка заявила про свої права на адекватне відображення дійсності. Достовірна журналістика перемагає фікціональну літературу.

І вже цілком пригодницький сюжет полягає в тому, що у цей час цілком подібні процеси розгортаються й у радянській літературі, яка переживає процеси зрощення з публіцистикою. Першим ці явища помітив В. І. Шкляр і зробив предметом розгляду в монографії «Енергия мысли и искусство слова» [7], яка вийшла в світ у 1988 році. Але за репрезентованим у ній матеріалом можна судити про те, що підготовлена вона була на кілька років раніше. Дослідниць-

кий погляд В. І. Шкляра зафіксував інакше, ніж у американській писемній культурі, ситуацію: взаємодія літератури й журналістики оберталася тут не стільки навколо проблеми документального факту й художньої вигадки, скільки навколо категорії публіцистичності художньої прози й художності прози документальної. Публіцистичність літератури, на думку В. І. Шкляра, передбачала «органічне поєднання художнього зображення духовного світу й характеру героя із соціально-політичним досвідом і рухомою практикою суспільного й історичного розвитку, ідеологією й проблемами поточного моменту» [7:25]. Якщо Том Вулф зображав ситуацію як піднімання журналістики до щаблів літературної творчості шляхом адаптації її прийомів, то В. І. Шкляр – як сходження літератури до змістових репрезентацій журналістики, прийняття її оптики для розгляду світу.

Але так чи інакше, мова в обох авторів йшла про утворення величезної прикордонної смуги між літературою й журналістикою, яка однаково належала і художній, і інформаційній культурі. Виникала ціла система нових явищ, у процесі творення яких людство поверталось до осягнення змісту світу, того значення, яким він іманентно наділений.

Зрештою, стало ясно, що журналістика посталала перед двома ґносеологічними питаннями. Усього двома, але надзвичайно істотними, у певному сенсі визначальними для неї.

Перше питання: чи можливо достовірно, адекватно відобразити реальну дійсність в інформаційному образі? Таке питання, погодьмося, вже передбачає, що журналістика визнає існування об'єктивної, поза нею суцільної реальності. Це важливо підкреслити, бо сьогодні доволі традиційним є погляд, згідно з яким реальністю для людства є тільки те, що потрапило в новини, те, про що розповіла журналістика. Пошлюся в цьому місці на авторитетну позицію П'єра Бурд'є, який нагадавши думку Дж. Берклі «Бути – значить бути сприйнятим», відзначив: «Для деяких з наших філософів (і письменників) „бути“ означає бути показаним по телевізору, тобто в підсумку бути поміченим журналістами» [1:25]. І трохи далі підсумував: «Мало-помалу телебачення, яке за ідеєю є інструментом відображення реальності, перетворюється в інструмент створення реальності. Ми все більше й більше наближаємося до простору, у якому соціальний світ описується і прописується телебаченням» [1:35].

П'єр Бурд'є висловив такі думки в лекціях у Коледж де Франс в 1996 році. Відтоді великого авторитету, у тому числі й наукового, набув погляд, відповідно до якого реальність – це журналістика; поза нею реальності не існує. А журналістика – це текст. Зрозуміло, текст

у даному випадку розуміється не як система письма, а як спосіб передачі інформації за допомогою будь-якої сукупності знаків, зрозумілих відправникові й аудиторії.

Від панжурналістського погляду самій журналістиці треба відмовитися, хоча це спокусливо – усвідомлювати свою віртуальну уявну владу, мовляв, нічого поза журналістикою не існує. Але ця концепція веде в прірву, позбавляє журналістику смислу існування, перетворює її на річ-для-себе. Тимчасом її місія бути річчю-для-світу. Журналістика ніколи не є самотійним і самодостатнім явищем. Її створювальним властивостям передують відображальні. Перед тим, як сформулювати громадську думку, журналістика мусить елементарно створити інформаційну картину дійсності. Отже, у першому запитанні ми визнаємо, що об'єктивна, реальна, поза журналістикою суцільна дійсність існує, і місія журналістики полягає у її, цієї об'єктивної дійсності, якомога точнішому відтворенні. Усі потяги інакше витлумачити це питання – ведуть у глухий кут.

Друге питання: чи можливо домогтися адекватного, тотожного розуміння журналістських повідомлень аудиторією? Запитання зовсім не позбавлене змісту, якщо врахувати, що головним способом існування журналістики є текст. А текст субстанція інтерпретативна. Коло замкнулося. Якщо журналістика – це текст, а текст доступний споживачеві тільки через інтерпретацію, то соціальне довкілля навколо людини перетворюється на суцільну інтерпретацію. Реальний світ губиться за туманом інтерпретацій. Жодна людина вже не може сказати, чи є там, за туманом, реальний світ. А відтак і зіставити цей туман інтерпретацій з реальним світом. А отже, упевнитися в тому, що інформаційний образ відповідає об'єктивному станowi речей.

Тимчасом кожний потенційний споживач текстів свідомо чи навіть підсвідомо уявляє, що література не вимагає визнання своїх творів за дійсність, а журналістика, навпаки, вимагає визнання своїх творів за дійсність. З того суміжного поля, яке виникло на межі літератури й журналістики, саме журналістика веде активний наступ на читача для його завоювання. Читач охоче піддається, він хоче бути завоюваним, бо розуміє, що місія журналістики служити суспільству правдою. Спокушений цією правдою він і тягнеться до журналістики.

Пізнавати світ – іманентна властивість людини. Ніщо не могло спинити її на цьому шляху. Навіть вогнища інквізиції. Навіть переслідування в тоталітарних державах. Таким чином, ми поставили два питання, але знайшли на них лише одну відповідь. І звучить вона так: журналістика як пізнавальна діяльність зо-

бов'язана, мусить подавати людині правдивий образ реального світу.

Це справді всього два питання, але вони такі, що від відповіді на них залежить усе; решту можна не ставити.

У чому порятунок? Чи існує вихід із глухого кута й можливість розімкнути замкнуте коло? Як подолати іманентну інтерпретаційність тексту – головну перешкоду на шляху природної місії журналістики бути правдивою?

На мій погляд він існує у вигляді повернення назад: від тексту – до мовлення, від інформування – до комунікації, від монологу – до діалогу, від монологічної журналістики, яка інформує, – до мас-медіа (масових посередників), що діалогічно розмовляють, бесіднують з аудиторією, роз'яснюють повідомлення в ім'я досягнення масового порозуміння, і сама аудиторія перебуває в стані діалогу саме на території мас-медіа, у просторі журналістики. У цій ситуації сама правда виявляється комунікативною категорією і зникає поза комунікацією; правда здобувається в процесі комунікації, впливає як об'єктивність із зіставлення споживачем множини суб'єктивних новин, поглядів і оцінок.

Журналістика, будучи досі монологічною, існуючи як спосіб передачі повідомлення не безпосередньо, а опосередковано, причому невизначеній за розміром, множинній аудиторії, не сьогодні виявила тенденцію до діалогу. Ця інтенція нарощувалася в ній поступово. Прикметний щодо цього епізод знаходимо в документальній книзі українського публіциста, що писав російською мовою, Анатолія Стреляного «У гостях у матері», де він розповів: «Коли в село провели радіо і в нас у хаті з'явився чорний соняшник репродуктора (це було році в п'ятдесятому), мати часто шкодувала про те, що *звідти* говорять, а *туди* нічого не скажеш. Зимовими ранками з кочергою в руках, червона від палаючої соломи, не раз стояла вона, бувало, біля печі і, сподіваючись бути почутою, щось доводила невидимому дикторові» [6:6–7; курсив автора].

Очевидно, сподівання і прагнення «бути почутими» засадничо властиві аудиторії. Але не відразу журналістика виявила інтерес до цих сподівань і прагнень. Масове спілкування не могло й надалі залишатися монологом. Лише приблизно на другу половину XX століття припадає розвиток у журналістиці інтерактивності, спроби вийти за межі монологу, повернутися до діалогу, вислухати аудиторію. Піонером стала друкована преса. Читацькі листи до газет з різного приводу стали звичайною справою.

У сучасній журналістиці діалог зі споживачами новин значно розширився. У радіожурналістиці виникло віднедавна поняття «додзвоню-

вач» – це особа, яка зателефонувала в студію під час прямого ефіру. Найбільш успішні проекти телевізійної журналістики сьогодні – це контактні програми в прямому ефірі, реаліті-шоу, у яких бере активну участь внутрішня аудиторія, яка імітує або символізує зовнішню аудиторію. Внутрішня аудиторія, внутрішній глядач – це безпосередній учасник телевізійної передачі, частина телевізійної аудиторії, яка спеціально запрошена для контактної участі в ток-шоу. Загальна функція внутрішнього глядача подвійна: з одного боку, бути репрезентантом громадської думки перед головними учасниками програми, а, з другого боку, своїми оцінками та висловлюваннями впливати на формування громадської думки зовнішньої аудиторії, тобто глядачів, які сидять по той бік екрану. У сучасних інтерактивних передачах на телебаченні внутрішня аудиторія залучається до виконання таких спеціальних функцій, як-от: вираження оцінок змісту почутого оплесками або мовчанням, голосування в студії, постановка запитань головним учасникам дискусії, бліц-виступи в обговоренні головної теми розмови. Зрозуміло, що локальна внутрішня аудиторія інтенсивно формує громадську думку незмірно більшої за кількістю зовнішньої аудиторії.

Найбільш плідно використав інтерактивність сучасної журналістики В. Яворівський у своїх передачах «20 хвилин із Володимиром Яворівським», яка виходить в ефір від 2000 року (з перервами) на українському національному радіо. Україна без малого була розбужена його словом. Після перших же передач він став отримувати величезну пошту; одні хвалили його й підтримували, інші лаяли й дорікали; треті розповідали свої повчальні життєві історії. Отримавши такий скарб у руки, В. Яворівський не розгубився, а узяв за систему надавати своїм дописувачам місце в передачах, читати їхні листи. Прості українці отримали можливість за допомогою автора передачі озвучити свої думки, подати оцінки політиків і політики, яку вони роблять, розповісти про свої життєві долі. Окремі передачі склалися майже суцільно з таких листів, хіба що дуже коротко прокоментовані публіцистом. Публікації текстів цих передач, здійснені В. Яворівським у книжках зі спільною назвою «Що ж ми за народ такий?», дають реальне відчуття справжнього масштабу діалогу, який вів письменник з народом України [8; 9].

Особливо тенденція до перетворення журналістики з інформування в комунікацію поширилася в Інтернет-журналістиці. Уже сьогодні онлайн-публікація, як спосіб буття текстів в Інтернет-журналістиці, будується у формі складної моделі, основними складниками якої є авторський матеріал, читацькі коментарі до

нього, пояснення автора з приводу коментарів, нові відгуки читачів. Маятник уваги може розгойдуватися між авторською й читацькою позиціями до нескінченності. Можливість коментування – не тільки свідчення зворотного зв'язку, але й збагачення теми запропонованими читачами фактами, оцінками, концептуальними розв'язаннями.

На особливу розмову заслуговує блогосфера як цілком нове явище в журналістиці, що надає можливість і журналістові, і політикові, і приватній людині висловитися з суспільно важливих питань. Справа навіть не в тому, що блогосфера надає нові можливості для професійного журналіста, а в тому, що вона містить інтенцію перетворення на журналіста приватної людини, яка може розмістити публікацію, отримати коментарі читачів, відповісти їм і т.д., тобто вести публічний діалог у віртуальному просторі.

Так, спочатку непомітно, але дедалі впевненіше журналістика повертає людство від тексту до мовлення.

Якщо світ – це текст, то він абсурдний, бо текст потребує інтерпретацій, яких може бути невизначена кількість.

Якщо світ – це реальність, то завдання людини пізнати значення цієї реальності через її адекватне відтворення, можливе у мовленні.

Перший шлях веде до літератури.

Другий шлях веде до журналістики.

Журналістика рятує людство від ідеї абсурдності світу, повертає людині віру в Творця, наділювача значеннями природного й соціального довкілля. Зрозуміло, що у цьому випадку

мова може йти лише про ту журналістику, яка служить суспільству правдою, а не окремим особам для маніпуляції суспільством. Маніпулятивна журналістика – це вже не журналістика, а література, тобто творчість, побудована на вигадках. Лише журналістика, зорієнтована на правду, достовірний інформаційний образ дійсності, може бути рятівницею людства.

Усе XX століття прийнято було переважно лаяти журналістику. Х. Ортега-і-Гасет в есе «Місія Університету» (1930) писав про те, що журналістика в ієрархії духовних цінностей займає найнижчий щабель. «Вона є настільки найнижчою, – відзначив він, – що майже ніколи не підноситься до духовності; ба, певним чином є антидуховністю» [3:107]. На негативному впливі мас-медіа на людину наголошував у знаменитій книжці «До розуміння засобів масової комунікації: продовження людини» (1964) Г. М. Маклюен. Нарешті, говорити про журналістику як про «патогенний текст» стало правилом хорошего тону [5].

Видатний політик XX століття Уїнстон Черчілль залишив афоризм: «Демократія – найгірший спосіб правління, але кращого людство не вигадало». Використовуючи його зміст і форму, можемо сказати сьогодні: «Журналістика – найгірший спосіб пізнання сучасності, але кращого людство не вигадало». Проте парадокс полягає в тому, що врятувати світ від журналістики може лише сама журналістика, зрозуміло ж, трансформована в напрямку від тексту до мовлення, від монологу до діалогу, від масового до міжособистісного спілкування.

Література

1. Бурдые П. О телевидении и журналистике / Пьер Бурдые. — М. : Прагматика культуры, 2002. — 202 с.
2. Вулф Т. Новая журналистика и Антология новой журналистики / под ред. Тома Вулфа и Э. У. Джонсона / Том Вулф. — СПб. : Амфора, 2008. — 574 с.
3. Ортега-і-Гасет Х. Місія Університету / Хосе Ортега-і-Гасет // Ідея Університету : антологія. — Львів : Ліпотис, 2002. — С. 99—117.
4. Пітерс Д. Д. Слова на вітрі: історія ідеї комунікації / Джон Дарем Пітерс ; пер з англ. А. Іщенка. — К. : ВД «КМ Академія», 2004. — 302 с.
5. Потятиник Б. В. Медіа: ключі до розуміння / Борис Потятиник. — Львів : ПАІС, 2004. — 312 с.
6. Стреляный А. В гостях у матери. Лисичкин Г. Что человеку надо? / Анатолий Стреляный, Геннадий Лисичкин. — М. Правда, 1989. — С. 6—7.
7. Шкляр В. И. Энергия мысли и искусство слова / В. И. Шкляр. — К. : Выща школа, 1988. — 199 с.
8. Яворівський В. О. Що ж ми за народ такий?.. : публіцистика / Володимир Яворівський. — К. : Укр. письменник, 2001. — 295 с.
9. Яворівський В. О. Що ж ми за народ такий?.. : публіцистика / Володимир Яворівський. — К. : Укр. письменник, 2002. — 348 с.